





Cita bibliográfica: Tadini, R., Gauna Ruiz de León, C., Gandara, J. M. y Sacramento Pereira, E. C. (2021). Eventos deportivos y turismo: revisión sistemática de la literatura. *Investigaciones Turísticas* (21), pp. 22-45. <https://doi.org/10.14198/INTURI2021.21.2>

Eventos deportivos y turismo: revisión sistemática de la literatura

Sports events and tourism: systematic review of the literature

Rodrigo Tadini , Universidade Federal Fluminense, Brasil
rtadini@yahoo.com.br

Carlos Gauna Ruiz de León , Universidad de Guadalajara, México
carlosg@cuc.udg.mx

José Manoel Gandara, Universidade Federal do Paraná, Brasil
jmgandara@yahoo.com.br

Elsa Cristina Sacramento Pereira , Universidade do Algarve, Portugal
elsapereira@sapo.pt

RESUMEN

La relación entre los eventos deportivos y el turismo es una temática de investigación académica relevante en diferentes áreas del conocimiento. La presente publicación tiene como objetivo hacer una síntesis de la investigación que se ha desarrollado en el campo de los eventos deportivos y el turismo, con el fin de entender sus características y los métodos científicos utilizados, así como los principales hallazgos y limitaciones. Para ello, se hizo una revisión sistemática de la literatura publicada sobre el tema en revistas indexadas en “Scopus” e “ISI Web of Science”, entre enero de 2010 y octubre de 2017; se desarrolló un protocolo para realizar búsquedas avanzadas, se seleccionaron 94 artículos de 5 revistas científicas de turismo y deportes que están en el cuartil más elevado de las bases citadas. Los resultados identifican los principales elementos de investigación y que existe un aumento significativo en la producción científica en la temática estudiada. Existe un contenido amplio y diverso de análisis sobre las ciudades y países anfitriones de los últimos “Juegos Olímpicos de Verano y de Invierno” y de las últimas dos ediciones de la “Copa Mundial de Fútbol”, pero es limitado el número de trabajos de eventos deportivos regionales y locales. Se presentan los principales enfoques en la investigación, que permiten entender la trascendencia de este segmento, el cual ha crecido de manera importante en todo el mundo.

Palabras clave: Eventos deportivos; turismo; turismo deportivo; revisión sistemática de literatura.

ABSTRACT

The relationship between sporting events and the phenomenon of tourism has been a subject of relevant academic research in different areas of knowledge. The purpose of this publication is to summarize the research that has been developed in the field of sports events tourism in order to understand its characteristics, the scientific methods used, as well as the main findings and limitations. A systematic review of the literature published on the subject was conducted of journals indexed in Scopus and in ISI Web of Science between January 2010 and October 2017. A protocol was developed to perform advanced searches in the databases; 94 articles were selected in five scientific journals of tourism and sports among those in the highest quartile of the aforementioned bases. The results identify the main elements of research as well as the significant increase in scientific production. There is a broad and diverse content in the studies on the cities and host countries of the last Summer and Winter Olympic Games and of the last two editions of the FIFA Soccer World Cup. However, the number of studies on regional sporting events is limited and local. The main approaches undertaken by the research are presented, which allow us to understand the importance of this segment that has been growing significantly all over the world.

Keywords: Sports events; tourism; sports tourism; systematic literature review.

I. INTRODUCCIÓN

Las actividades relacionadas con el turismo y el deporte se han desarrollado históricamente por separado. Sin embargo, en las últimas décadas, los dos fenómenos humanos han comenzado a converger de tal manera que el turismo deportivo adquiere relevancia propia como actividad social en los momentos de tiempo libre (Blázquez, 2014).

Las personas que viajan para involucrarse en el deporte pasivo y activo han aumentado exponencialmente (Gibson, 2005B; Gibson et al., 2012), un factor relevante es el creciente interés por deportes individuales como correr, el triatlón y el ciclismo (Newland y Aicher, 2018).

Los eventos deportivos son elementos que propician un crecimiento adicional en el turismo y tienen una importancia en el desarrollo y comercialización de productos en la mayoría de los destinos. El papel e impacto de los eventos deportivos planeados en el turismo son cada vez más importantes para la competitividad de los destinos en todo el mundo (Preuss, 2007; Hinch et al., 2016). Los eventos deportivos se muestran como una oportunidad para potenciar los atractivos turísticos de las comunidades de acogida, logrando un posicionamiento emergente como uno de los grandes campos de la economía del deporte, tanto por el impacto económico, como por el número de turistas que estos atraen (Getz, 2008).

El resultado de los eventos deportivos afecta directa e indirectamente a los habitantes de las comunidades anfitrionas, permitiendo a los residentes evidenciar variaciones sociales, que, en función del tamaño de la ciudad, la magnitud del evento y sus características específicas, pueden generar diferentes niveles de impactos y beneficios (legados) (Fredline, 2005; Chalip, 2006; Gibson et al. 2012).

Para cumplir con el objetivo de la investigación se analizó la relación entre eventos deportivos y turismo utilizando como herramienta metodológica la revisión sistemática de la literatura académica. Este procedimiento comprende una búsqueda exhaustiva de estudios relevantes sobre un tema, una vez identificados y obtenidos los estudios, los resultados presentados son sintetizados de acuerdo con un método preestablecido y explícito (Sáenz, 2001).

El artículo tiene como objetivo hacer una recapitulación de las investigaciones que se han presentado en revistas científicas internacionales distinguidas, concernientes al campo de eventos deportivos y turismo, con el fin de conocer la problemática conceptual debatida, los métodos científicos utilizados, así como de cuantificar y delinear de forma ordenada la producción científica del tema ofreciendo un panorama del progreso, de las limitaciones y tendencias encontradas en las investigaciones publicadas, contribuyendo para transmisión de conocimiento y desarrollo de modelos para futuros estudios.

II. EVENTOS DEPORTIVOS Y TURISMO

La relación entre los eventos deportivos y el turismo ha sido una temática de investigación internacional en diversas áreas del conocimiento, existe una ventana de oportunidad en la síntesis de las contribuciones de las diferentes áreas de estudio (Weed, 2014; Van Rheenen et al., 2016).

El deporte y el turismo son dos fenómenos socioculturales que se entrelazan en diversas oportunidades, principalmente en el contexto de los eventos, pues son los eventos componentes fundamentales para la atracción de personas y naturalmente, el impacto económico (Kennelly y Toohey, 2014).

Desde el punto de vista del destino, la realización eventos deportivos buscan obtener beneficios económicos y contribuir al desarrollo de la comunidad; desde el punto de vista del consumidor, el elemento clave es el desplazamiento con el objetivo de participar o asistir a los eventos deportivos; desde la perspectiva del organizador, la llegada de turistas es sólo uno de los objetivos perseguidos; y para los patrocinadores de los eventos, compañías y organizaciones que pagan por participar, los objetivos son fundamentalmente comerciales (Getz y Page, 2015).

A finales del año 1999 el Comité Olímpico Internacional y la Organización Mundial del Turismo suscribieron un acuerdo de cooperación, donde llegaron a la conclusión de la importancia de la relación entre el turismo y el deporte (OMT y COI, 2001), ambas entidades unieron esfuerzos para consolidar al turismo deportivo como producto, y celebraron la “Primera Conferencia Mundial sobre Deporte y Turismo” en Barcelona en 2001, donde le otorgaron una identidad propia al turismo deportivo, posicionándolo como una disciplina emergente (Latiesa y Paniza, 2006).

Sin embargo, la definición de los conceptos que integren eventos deportivos y turismo ha generado una discusión de manera profunda en los últimos veinte años, donde se avanzó en las categorizaciones de los diferentes tipos de eventos y de los parámetros que deben ser

incluidos en los análisis académicos y al interior de las organizaciones responsables del desarrollo de las actividades deportivas.

Un ejemplo de ello es el trabajo presentado por Van Rheenen et al. (2016), en el que realizaron una revisión de literatura sobre turismo deportivo que demuestra una falta de homogeneidad en las definiciones del tema; de igual manera destacan cinco paradigmas predominantes entre los 517 estudios analizados en los últimos 15 años, los cuales son: el deporte como motivante para viajar, espacio, tiempo, experiencia del participante y motivación económica.

Thomson et. al (2018) publicaron una profunda revisión sistemática de literatura en relación a la temática “legado de eventos deportivos”. Los resultados señalan que un pequeño grupo de estudiosos concentrados en algunos países, están impulsando la publicación de estudios sobre este tema en revistas especializadas en deportes, turismo y eventos, exponen el creciente interés en los resultados alcanzados a través de la organización de eventos deportivos en áreas de la vida pública, política y cultural.

El turismo deportivo y eventos deportivos no son sinónimos, existen muchas definiciones sobre el término “*Sport Tourism*” y una extensa polémica sobre la amplitud de los términos y conceptos, porque es muy diferente afrontar la definición desde la perspectiva deportiva o desde la perspectiva turística (Gibson, 2005b).

Gibson (2005a) propone tres diferentes categorías de análisis del turismo deportivo: “Turismo deportivo de nostalgia”, que son los viajes relacionados con las atracciones deportivas (estadios, museos, etc.); “Turismo deportivo activo”, que son viajes donde los turistas desean participar activamente en eventos deportivos, que pueden asumir una amplia variedad de categorías: golf, tenis, pesca, esquí, surf, carreras (pedestres y ciclistas), y “Turismo deportivo de eventos”, que son los viajes en los que el turista tiene como principal motivación asistir a eventos deportivos.

Los eventos deportivos pueden generar consecuencias negativas para las comunidades receptoras, sin embargo, cuando son estratégicamente planeados pueden provocar resultados positivos entre los actores (Chalip, 2006).

Higham (1999) citado por Gibson et al. (2012), propone una mayor atención sobre los eventos locales y regionales, comenta que las comunidades que quieran desarrollar el turismo deportivo se concentren en los deportes de temporada regular o en la realización de eventos deportivos de menor escala, sugiere que las oportunidades de desarrollo económico y turístico presentadas por los eventos deportivos en una escala más modesta, son generalmente positivas.

Estudios realizados por Chalip (2006) muestran que la naturaleza de la celebración creada a partir de algunos eventos promueve un espacio de “*liminaridad*”, por la capacidad que los eventos poseen de crear experiencias diferentes a lo habitual, proporcionando la integración entre personas de diferentes estratos sociales, creando una práctica deportiva regular y oportunidades de desarrollo para otras propuestas de eventos (ya sean deportivos o de otra índole, por ejemplo, culturales).

Los eventos de grandes dimensiones e impactos, como los “Juegos Olímpicos”, son clasificados por Ritchie (1991) como “*tourism hallmark events*”. Getz (2008) los define como “*Mega Events*” visto que son organizados de forma regular, poseen carácter internacional, programas integrados por diferentes modalidades deportivas y capacidad de atraer turistas y medios de comunicación de todas las partes del planeta. En la opinión de Schulenkorf y Edwards (2012), los eventos deportivos de grandes dimensiones son un producto con gran influencia en la sociedad contemporánea, la gestión y ejecución de eventos especiales provocan diferentes tipos de impactos (directos e indirectos) y su análisis se debe realizar en seis grandes áreas: economía (incluyendo turismo), física, socio-culturales, psicológica, ambiental y política.

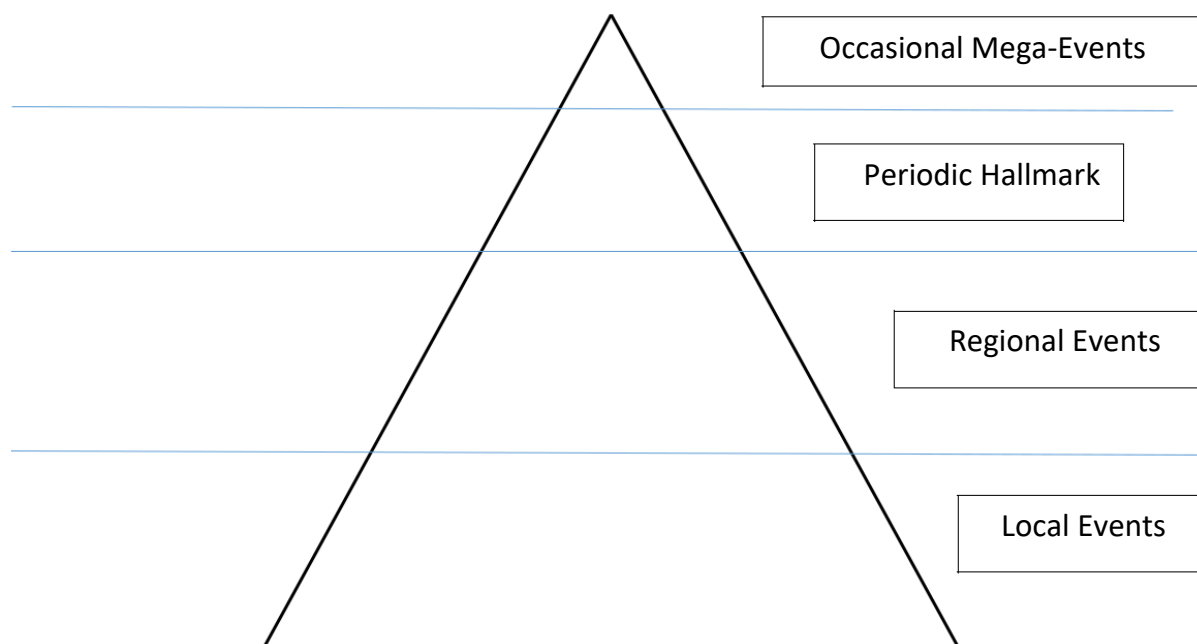
Según Gammon (2011) es fundamental reinterpretar los parámetros de conceptualización de los eventos deportivos, construyendo referenciales científicos más actuales para el análisis de temas como “Legado”, “Impacto económico y social”, “Motivación”, “Percepción de participantes y habitantes locales” y “Apalancamiento financiero” (Preuss, 2007).

Getz y Page (2015) han construido un modelo de clasificación de los diversos tipos de eventos, para lo cual se desarrolló el concepto de “*Portfolio Approach*” que evalúa el interés estratégico de un destino en captar o crear eventos de carácter turístico, estableciendo cuatro avanzadas clasificaciones para los eventos turísticos, mencionadas a continuación:

- “*Ocassional Mega-Events*”, eventos con una demanda turística global, un dominante valor de mercado y un elevadísimo impacto económico y social en el país anfitrión (Juegos Olímpicos de verano e invierno, Copa del Mundo de Fútbol FIFA, Copa del Mundo de Rugby).
- “*Periodic Halmark Events*”, son eventos con una demanda turística global, un elevado valor de mercado y un impacto social y económico en la región de influencia (Campeonato Mundial de Natación, Grand Slams de Tenis, PGA Tours de Golf, Ironmam Internacional, Maraton de New York).
- “*Regional Events*” eventos con una demanda turística y un valor de mercado medianos, un nivel de impacto concentrado en la ciudad anfitriona (Campeonato Regional de Volley de Playa, Circuito Regional de Judo).
- “*Local Events*”, eventos con una baja demanda turística y un valor de mercado e impacto solo en la ciudad anfitriona (Juegos Municipales Estudiantiles, Campeonato local de Tenis de mesa).

Para la construcción del modelo del *Portfolio Approach* se utilizaron como parámetros el potencial de crecimiento del evento, la cuota de mercado, la capacidad y calidad de la organización, la mejora de la imagen junto al mercado correspondiente, el soporte de la comunidad en general, la valoración ambiental, los beneficios económicos directos e indirectos, la sostenibilidad y la oportunidad estratégica de promover, recibir y producir nuevos eventos.

Para este estudio, los eventos deportivos son categorizados basándose en la conceptualización presentada por Getz y Page (2015) representada en la Figura 1.

Figura 1. *Portfolio Approach*

Fuente: Getz y Page (2015).

En relación a las tipologías de eventos deportivos, Gammon, (2011: 106) argumenta que *“al revisar la literatura relacionada con el estudio de eventos deportivos, se hace evidente que hay una notable falta de comentarios críticos que exploran los problemas asociados con la aplicación de categorías de eventos tradicionales a eventos deportivos”*. De acuerdo con Aragonés Jericó (2013), Jiménez Naranjo (2015), Sáez (2017) existe disparidad de criterios para clasificar los eventos deportivos. Tal evidencia es clara cuando se observa que las clasificaciones establecidas para eventos deportivos con características turísticas, en muchos casos, no atienden a las necesidades de los investigadores. De acuerdo con la revisión de literatura presentada, se proponen cuatro preguntas de investigación:

- P1. ¿Cómo es la distribución anual de los artículos publicados por las revistas científicas analizadas?
- P2. ¿Cuáles son los principales enfoques de estudio (sub-categorías) analizadas en cada categoría de evento deportivo turístico?
- P3. ¿Cuáles son las metodologías más utilizadas para el estudio de los eventos deportivos turísticos y sus respectivas temáticas de estudio?
- P4. ¿Cuál es la proporción de metodologías por categoría de eventos deportivos turísticos?

III. METODOLOGÍA Y RECOLECCIÓN DE DATOS

Las Revisiones Sistemáticas son un diseño de investigación observacional y retrospectivo que sintetiza los resultados de investigaciones primarias, son parte esencial de los estudios

científicos basados en la evidencia de una rigurosa metodología, identificando los estudios relevantes que permiten responder preguntas específicas (Sáenz, 2001).

Para atender a los propósitos de esta investigación, se ejecutó una revisión sistemática de la literatura publicada sobre el tema eventos deportivos y turismo en revistas indexadas en “Scopus” e “ISI Web of Science”. Un protocolo para tal fin fue desarrollado de acuerdo con los parámetros de Kitchenham (2004). Para la realización de búsquedas avanzadas en las bases de datos citadas fueron definidas las palabras clave “deporte”, “evento”, “festival” y “turismo”, bien como ecuaciones de búsqueda basados en operadores lógicos booleanos y códigos de campo exclusivos para cada plataforma de datos (tabla 1).

Tabla 1. Protocolo de búsqueda electrónica

Base de Datos	Combinación de Búsqueda
Scopus	Topic (Scopus) Advanced Search KEY KEY (sport*) AND (event* OR festival*) AND tourism*
ISI Web Of Science	Topic (ISI Web of Science) Advanced Search Ts=((sport* AND (event* OR festival*) AND (tourism*))

Elaboración propia.

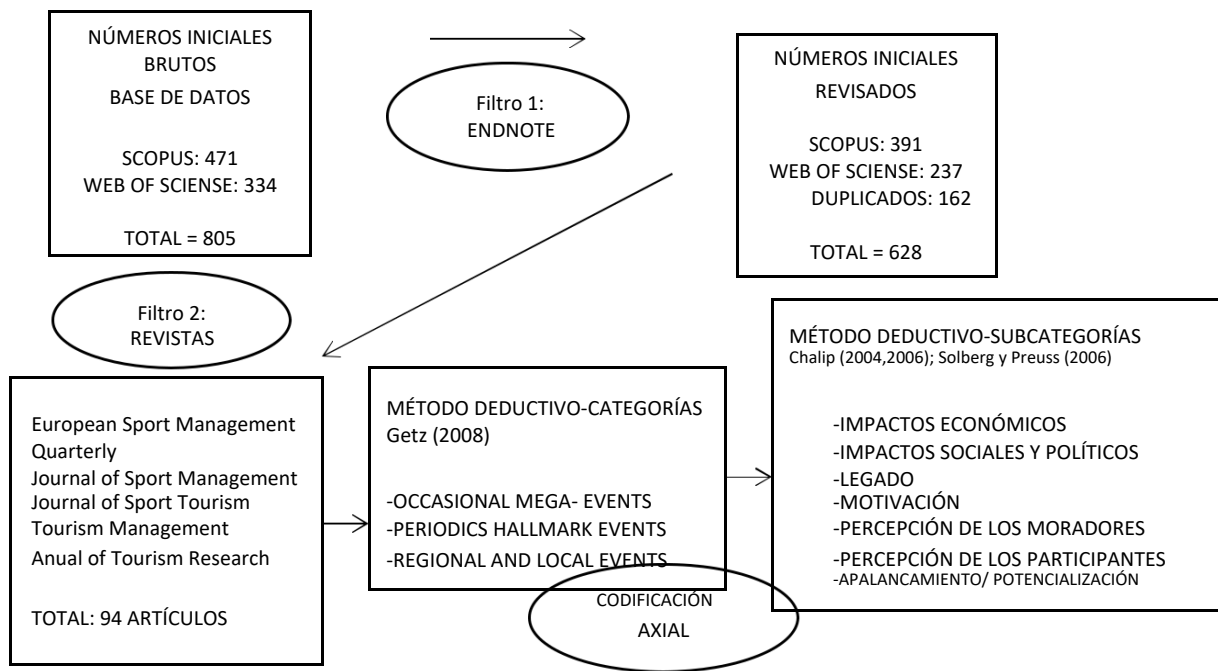
Los criterios de inclusión fueron determinados a partir de que sean artículos en inglés, publicados entre 2010 y 2017, en revistas científicas con revisión editorial, selección de muestreo específico en las áreas de conocimiento de ciencias del deporte, ciencias sociales, medio ambiente, geografía, historia, ingeniería, arquitectura, psicología, gestión, administración y negocios, comunicación social, ocio, turismo y hospitalidad.

Como criterios de exclusión se tomaron la falta de una referencia directa a los elementos fundamentales del trabajo (deportes, eventos y turismo) en los títulos o en los resúmenes de los artículos revisados, además de criterios de calidad y validación metodológica a juicio de la experiencia de los investigadores.

Los artículos eliminados en el proceso de investigación fueron revisados por dos investigadores de manera separada, para después ser comparados y validar su exclusión; no obstante, fueran también registrados y explicados en cuanto al motivo de eliminación. Así pues, de los 628 artículos seleccionados de las bases de datos científicas, se utilizaron solamente artículos de las revistas “*European Sport Management Quarterly*”; “*Journal of Sport Management*”; “*Journal of Sport Tourism*”; “*Tourism Management*”; “*Annals of Tourism Research*”, reduciendo la muestra a 94 artículos científicos (Sección VIII Apéndice).

La muestra resultante se basa en la calidad científica de las publicaciones, puesto que son las mejores evaluadas en las áreas del turismo y deporte, de acuerdo al índice internacional “*Journal Citation Report*” (JCR). De acuerdo a lo propuesto por Pickering y Byrne’s (2014), el estudio debe observar el límite de 300 artículos como máximo para revisiones sistemáticas de literatura, porque para más de ese número se tendría que hacer un meta análisis y un número limitado no permitiría hacer un buen análisis (menos de veinte artículos). La figura 2 proporciona una visión general del diseño metodológico.

Figura 2. Diseño Metodológico



Elaboración propia.

La información seleccionada en las bases de datos fue exportada a las aplicaciones EndNote 7 (filtro 1) y posteriormente al NVivo 11, donde se realizó todo el análisis de los datos. La comprensión del fenómeno investigado se ha explicado desde una perspectiva deductiva, por la cual se utilizó el análisis cualitativo de contenido (Mayring, 2000), a fin de elaborar una amplia categorización y subcategorización.

El Análisis cualitativo de contenido estableció los elementos de carácter deductivo, presentando tres categorías a partir de la propuesta adaptada de Getz Y Page (2015) (Tabla 2) y se crearon las subcategorías de análisis derivados de contextos destacados en diversas publicaciones analizadas (Chalip, 2006; Preuss, 2015), (Tabla 3).

Tabla 2. Categorías de Análisis de Problemáticas Categorías de Análisis – Problemáticas (Método Deductivo)

<ul style="list-style-type: none"> • <i>Occasional Mega- Events</i> • <i>Periodic Hallmark Events</i> • <i>Regional and Local Events</i>

Elaboración propia.

Tabla 3. Subcategorías de Análisis de Problemáticas Subcategorías de Análisis – Problemáticas (Método Deductivo)

<ul style="list-style-type: none">• Impactos económicos• Impactos sociales y políticos• Legado• Percepción de los residentes• Percepción de los participantes• Apalancamiento• Motivación

Elaboración propia.

A continuación, se detallan los parámetros de construcción de las subcategorías analizadas:

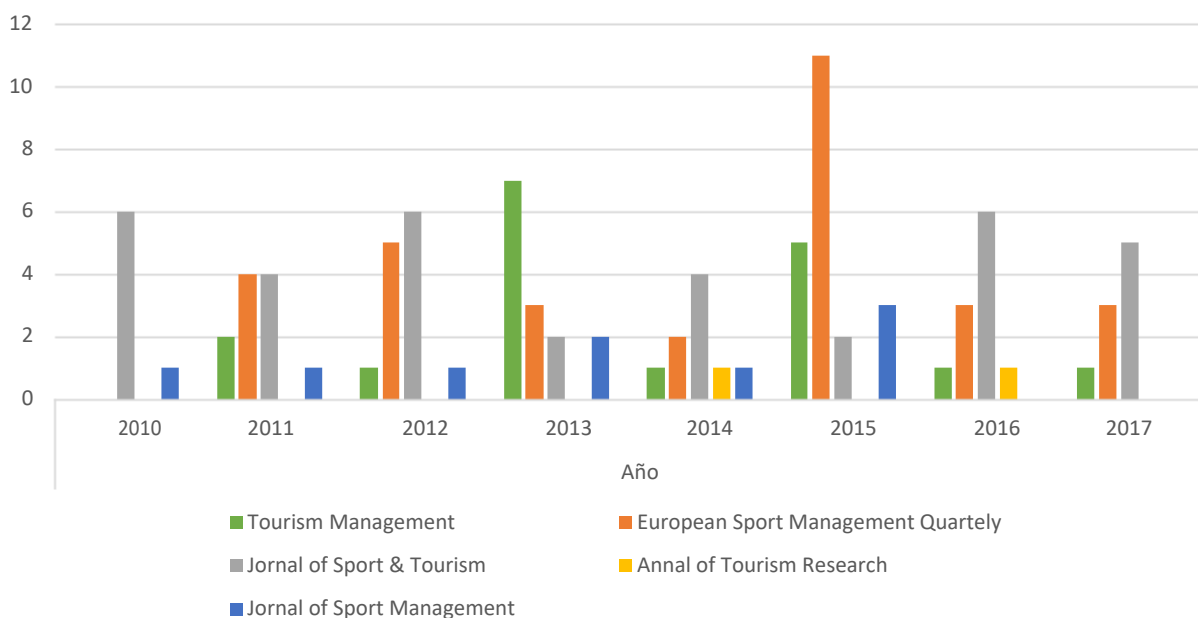
1. Impactos económicos: aumento de la actividad económica, creación de empleo y desarrollo de destrezas, mejora en la oferta de trabajo, incremento del nivel de vida, gasto de los visitantes, desarrollo de negocios, oportunidades de inversión y patrocinio corporativo (Solberg y Preuss, 2007).
2. Impactos sociales y políticos: extensión del nivel de interés y de la participación local en actividades asociadas con el evento, reforzamiento de los valores locales y de las tradiciones, orgullo cívico, cohesión social, progreso en la calidad de vida de la comunidad de acogida, aumento de la hospitalidad de los residentes, intercambio cultural, incremento de la práctica deportiva en los ciudadanos, promoción de clubes locales, avance del reconocimiento internacional de la región y sus valores y desarrollo de habilidades en los organizadores (Solberg y Preuss, 2007).
3. Legado: el legado es todo aquello que puede ser planificado y no planificado, ser positivo y negativo, así como aquellas estructuras tangibles e intangibles creadas por y para el evento que permanecen más allá de la duración del propio evento (Preuss, 2007).
4. Percepción de los habitantes locales: Según Del Chiappa et al. (2016), la literatura turística actual, dedicada al análisis de la percepción de los residentes y sus actitudes frente el turismo deportivo basado en eventos, los factores a analizar serán: las características sociodemográficas como género, edad, estatus social, educación, ocupación e ingresos, se puede considerar también la proximidad geográfica al evento y / o área turística, el tiempo de residencia de los habitantes en su localidad, el apego de los residentes a su comunidad y el grado de participación de los residentes en la planificación del evento.
5. Percepción de los participantes: El análisis de la demanda de asistencia deportiva ha atraído recientemente una considerable atención, que incluye diferentes abordajes, como percepción y satisfacción de los tres diferentes actores, el espectador del evento (que comparece al evento con interés de asistir al espectáculo), el atleta amateur o profesional (que participa deportivamente del evento) y los otros profesionales involucrados en el evento (trabajadores del evento, proveedores, organizadores, patrocinadores, departamento técnico de los atletas) (Lera-Lopés, et. al. 2012)

6. Apalancamiento: el concepto de apalancamiento “*leverage*” se refiere a la maximización de los beneficios que el evento puede proporcionar a las comunidades de acogida, haciendo objetivos los resultados en las esferas económica, social y ambiental (Chalip, 2006). El apalancamiento financiero de eventos, puede ser alcanzado utilizando una perspectiva integrada, en la medida que pueden existir similitudes entre las táticas económicas, sociales y ambientales se aproxima al concepto del “*triple bottom line*” (O’Brien y Chalip, 2008).
7. Motivación: Las motivaciones del viaje son fundamentales para que un individuo en desplazamiento pueda ser calificado como turista deportivo. Esencialmente, se puede razonar que el turista deportivo está motivado por la competición o el espectáculo deportivo, por la realización de actividad deportiva recreacional o competitiva (pasiva o activa), o bien por la realización de actividad físico-deportiva recreacional (pasiva o activa) (Moreno, 2016).

IV. RESULTADOS

La gráfica 1 presenta la producción científica sobre temas de eventos deportivos y turismo en las revistas seleccionada entre enero 2010 y octubre de 2017, donde se puede distinguir que no existe uniformidad en la producción científica del tema durante el período investigado. La mayoría de las publicaciones están concentradas en las revistas “*Journal of Sport Tourism*” (38%) y “*European Sport Management Quartely*” (33%), “*Annal of Tourism Research*” solo tiene dos publicaciones de la temática durante el período analizado.

Gráfica 1. Distribución anual de los artículos analizados por revistas científicas



Elaboración propia.

En relación a las metodologías científicas utilizadas, los datos demuestran que los estudios del tema “eventos deportivos turísticos” son en su mayoría de tipo cuantitativo (58%), en menor medida con un enfoque cualitativo (35%) y en su minoría de características mixtas (7%) (tabla 4).

En cuanto a los tipos de estudios cuantitativos analizados, se destacan investigaciones descriptivas fundamentadas en encuestas por cuestionario con el objetivo de entender el impacto económico de los eventos deportivos, estudios transversales bajo el perfil y la motivación de los turistas deportivos, y trabajos estadísticos con datos secundarios del turismo.

Las investigaciones cualitativas presentaron una amplia diversidad de propuestas que combinarán una o más técnicas científicas. Estas incluyeron entrevistas estructuradas junto la comunidad acogedora y participantes del evento, grupos focales frente a los *stakeholders* locales, análisis de documentos públicos y observación participante junto la organización de los eventos.

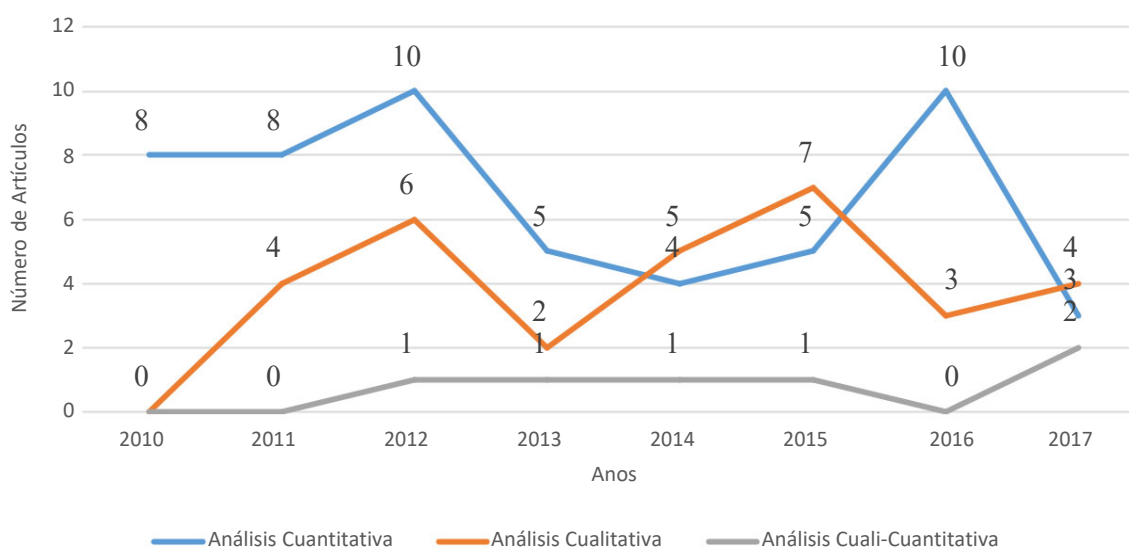
Tabla 4. Resultados Métodos Científicos Utilizados

METODOLOGIA		
	Artículo	Porcentaje
Cuantitativa	54	58%
Cualitativa	33	35%
Cuali-Cuantitativa	7	7%

Elaboración propia.

Con respecto al avance temporal de las metodologías (gráfica 2), constatamos un aumento en el número de investigaciones cuantitativas en los años de Juegos Olímpicos de Verano (2012 y 2016), con diez artículos en cada uno de esos años.

Gráfica 2. Evolución anual de las metodologías



Elaboración propia.

En cuanto a las características o tipología de eventos, el estudio registró equilibrio entre las tres categorías de eventos deportivos, con un leve predominio para los artículos que abordan los “*Occasional Mega-Events*” (31%), es relevante decir que el 50% de los artículos sobre “*Regional and Local Events*” fueron publicados en los últimos dos años, ese dato indica que existe una tendencia de crecimiento en este campo de investigación (tabla 5).

Tabla 5. Artículos según tipo de eventos deportivos de turismo

SPORT EVENTS TOURISM		
Categoría	Artículos	Porcentaje
<i>Occasional Mega-Events</i>	31	34%
<i>Periodic Hallmark Events</i>	36	38%
<i>Regional and Local Events</i>	27	28%

Elaboración propia.

En el ámbito de la categoría “*Occasional Mega-Event*” existe un perfecto equilibrio entre estudios de carácter cualitativo (50%) y cuantitativo (50%) con predominio de encuestas y entrevistas en sus métodos de análisis correspondientes. Los artículos que abordan cuestiones de impactos sociales y políticos (35%) son los más numerosos, se observa que en la subcategoría impactos sociales y políticos, dos de cada tres investigaciones tienen características cualitativas con énfasis en estudios de caso basados en entrevistas semiestructuradas.

Tabla 6. Resultados *Occasional Mega-Event*

OCCASIONAL MEGA-EVENTS		
Subcategorías	Artículos	Porcentaje
Impactos Económicos	3	10%
Impactos Sociales y Políticos	11	35%
Legado	5	14%
Motivación	1	2%
Percepción del Participante	3	10%
Percepción de los Residentes	5	14%
Apalancamiento “ <i>Leverage</i> ”	6	15%

Elaboración propia.

Los estudios sobre los “*Periodic Hallmark Events*” están predominantemente concentrados en las sub-categorías de Apalancamiento (35%) y Motivación (24%), en estos últimos, se puede observar que el 60% de los artículos son cuantitativos (entrevistas estructuradas y análisis de documentos). Otro resultado destacado es la ausencia de estudios relacionados al complejo tópico legado (tabla 7).

Tabla 7. Resultados *Periodic Hallmark Events*

PERIODIC HALLMARK EVENTS		
Subcategoría	Artículo	Porcentaje
Impactos Económicos	1	3%
Impactos Sociales y Políticos	4	9%
Motivación	11	24%
Percepción del Participante	7	16%
Percepción de los Residentes	5	12%
Apalancamiento " <i>Leverage</i> "	12	35%

Elaboración propia.

Los resultados de la categoría "*Regional y Local Events*" se integran en trabajos relacionados al tema Apalancamiento (37%), se tiene preponderancia en estudios sobre los *stakeholders* y estrategias de desarrollo del turismo local, no hay evidencia de investigaciones sobre la percepción de los residentes (Tabla 8).

Tabla 8. Resultados Regional y Local Events

REGIONAL AND LOCAL EVENTS		
Subcategoría	Artículo	Porcentaje
Impactos Económicos	1	3%
Impactos Sociales y Políticos	3	10%
Motivación	9	30%
Percepción del Participante	6	30%
Apalancamiento " <i>Leverage</i> "	11	37%

Elaboración propia.

V. DISCUSIÓN

En la editorial publicada por Weed (2014), respecto a la evolución de las investigaciones en el área del turismo deportivo, el autor identificó un elevado número de estudios cuantitativos enfocados en el impacto económico de los "mega eventos", acentuando la necesidad de diversificación de las metodologías, problemáticas y abordajes. El trabajo que se presenta confirma en parte lo anterior, sin embargo, este estudio resalta algunos cambios en la producción científica del tema, como un incremento del análisis sobre el apalancamiento en todas las categorías de eventos deportivos en los últimos tres años, una disminución en las investigaciones enfocadas en analizar de forma exclusiva los impactos económicos, y una tendencia creciente en investigaciones direccionadas para el análisis de los impactos sociales de los "*occasional mega-events*" y "*periodic hallmark events*".

Solamente se localizaron cinco artículos en la subcategoría "Legado", todos en la categoría "*Occasional mega-events*" y abordan a los Juegos Olímpicos de Verano o Invierno. La amplitud de apartados que se utilizan para definir el concepto de "legado" explica el bajo

número de investigaciones en las revistas analizadas. Independientemente del tiempo de producción y del espacio donde se desarrollan estos eventos, deben abarcar diversas temáticas, diferentes impactos y cómo se integran en estos proyectos los elementos tangibles como infraestructura, economía, política y turismo y los aspectos intangibles como la educación, participación y conocimiento (Preuss, 2007).

La mayoría de los estudios de la muestra son de naturaleza cuantitativa, estos han evolucionado notoriamente a partir de nuevas técnicas de recolección y procesamiento de datos que se utilizan de *softwares* específicos para obtener análisis más precisos en relación a tópicos como flujo de turistas, impacto económico, generación de empleos directos, indirectos y divisas.

Es posible inferir que existe un contenido amplio y diverso de análisis cuantitativo sobre los impactos de mega eventos en ciudades anfitrionas de los últimos Juegos Olímpicos de Verano, en especial en los dos últimos ciclos de realización en Londres 2012 y Rio de Janeiro 2016. El Comité Olímpico Internacional (COI) ha dedicado esfuerzos en regular la dinámica operacional de sus eventos, como el crecimiento insostenible de los juegos que generó problemas de financiamiento en las ciudades sedes y consecuentemente, impactos socioeconómicos y cuestionamientos de la comunidad local y países anfitriones sobre los beneficios declarados (IOC, 2014).

En relación al soporte que los estudios científicos relacionados a los eventos deportivos pueden promover para mejoría de la toma de decisión por parte de los agentes del mercado, Thomson et al. (2018) entienden que faltan más estudios con perspectivas teóricas sólidas que puedan validar los avances en esa área de conocimiento y respaldar acciones estratégicas. El presente estudio confirma la afirmación anterior visto que menos de 1% de las publicaciones abordan el carácter teórico de la temática. Para Mhanna (2018), en las últimas dos décadas, la investigación del turismo deportivo ha crecido en todo el mundo con una perspectiva académica y este reconocimiento global ha llevado a un aumento de estudios, sin embargo, la base de la literatura y por lo tanto la comprensión crítica de tales fenómenos, todavía es limitada.

Sobre la sostenibilidad de los eventos de turismo deportivo, se requiere de un amplio análisis por parte de la comunidad académica (Hinch et al., 2016), en cuanto a la percepción de los residentes y a la motivación de los participantes. A pesar de ello, en los últimos años existe un número creciente de investigaciones dirigidas a explicar los beneficios percibidos, los costos de realización en la visión de los residentes y si las ciudades tienen interés en captar o crear un portafolio de eventos deportivos turísticos. Con respecto a tópicos transversales sobre sustentabilidad en eventos deportivos, esta revisión sistemática de literatura observó que el tema es más abordado en los periódicos del área de turismo (80% de las publicaciones) con destaque en la revista *Tourism Management*.

Las investigaciones sobre las motivaciones de participación de atletas y la percepción de los residentes en cuanto a los eventos deportivos, son elementos relevantes para la planificación del turismo, que debe orientarse a proveer un producto turístico atrayente tanto para visitantes como para la comunidad local (Del Chiappa et al., 2016). El presente estudio señaló que, aunque, los eventos deportivos alrededor del planeta sean en su mayoría de carácter

local y regional, falta un número más amplio y consistente de estudios y metodologías bajo esa tipología en las revistas analizadas.

VI. CONCLUSIONES

Esta revisión sistemática de literatura sintetiza los estudios sobre la relación eventos deportivos y turismo en cinco de las principales revistas científicas relacionadas a la temática de los eventos deportivos turísticos.

Los eventos deportivos siguen como una parte dinámica y fundamental del mercado del turismo. Han experimentado un notable crecimiento en los últimos años y un creciente interés mediático. La organización de eventos deportivos, especialmente en el caso de eventos deportivos internacionales, requiere la realización de inversiones e incursión en gastos. El mayor número de eventos locales y regionales y su creciente necesidad de sustentabilidad aumenta la relevancia de medir correctamente su repercusión social, económica y ambiental.

El estudio constató la influencia de los Juegos Olímpicos, la Copa del Mundo de Fútbol y otros campeonatos internacionales relevantes bajo las publicaciones sobre los *“Occasional mega-events”* y *“Periodic hallmark events”*. Estas investigaciones son predominantemente cuantitativas y concentradas en los años de realización de los eventos. Sin embargo, a pesar del volumen de artículos, faltan estudios más consistentes que expliquen en qué medida los impactos económicos de los grandes eventos interactúan con los procesos sociales, culturales y ambientales permitiendo una comprensión más holística de las problemáticas, los beneficios y los legados.

El avance económico experimentado por el turismo deportivo en sus diferentes abordajes no se ha visto acompañado de una evolución similar de la base conceptual. La necesaria definición de indicadores económicos o el desarrollo de instrumentos de análisis tampoco han acompañado ese proceso.

En relación a los eventos regionales y locales, es evidente que existe un beneficio macroeconómico en su organización, la comprensión de la naturaleza exacta y extensión de los impactos económicos y sociales aun no son analizados a profundidad, por lo que se necesita de una mayor atención por parte de los investigadores.

Una importante limitación fue la opción metodológica de la inserción de revistas científicas indexadas solamente en lengua inglesa, entendiéndose que existe conocimiento relevante en otros idiomas, particularmente en español y portugués. También se recomienda la ampliación de la muestra, en el sentido de analizar en conjunto revistas de las áreas de eventos, hospitalidad y ocio.

Un aporte fundamental es la construcción de una tipología concisa y específica para eventos deportivos, que puede servir para una mejor base de estudio en diferentes dimensiones espaciales. El estudio demostró que la utilización del *“Portafolio Approach”* elaborada por Getz y Page (2015) es una opción válida de categorización para los eventos de turismo deportivo, aunque se requiere de ajustes en cuanto a su enfoque de las dimensiones espaciales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aragonés Jericó, C. (2013). La transferencia entre un gran evento deportivo y la marca patrocinadora: la visión del visitante deportivo. Tesis Doctoral.
- Blázquez, A. (2014). La comercialización del producto "turismo deportivo" *Revista Dimensión Empresarial*, 12, 46-58.
- Chalip, L. (2006). Towards Social Leverage of Sport Events. *Journal of Sport & Tourism*, 11(2), 109-127. doi:10.1080/14775080601155126.
- Del Chiappa, G., Presenza, A., y Yücelen, M. (2016). Profiling residents based on their perceptions and attitude toward sport event: Insights from the FIA world rally championship. *Tourismos*, 11(5), 26-51.
- Fotiadis, A., Xie, L., Li, Y., y Huan, T. C. T. C. (2016). Attracting athletes to small-scale sports events using motivational decision-making factors. *Journal of Business Research*, 69(11), 5467-5472. doi: 10.1016/j.jbusres.2016.04.157.
- Fredline, E. (2005). Host and guest relations and sport tourism. *Sport in Society*, 8(2), 263-279.
- Gammon, S. (2011). Sports events: Typologies, people and place. In: *The Routledge Handbook of Events*. Routledge, pp. 104-118.
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403-428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>.
- Getz, D., y Page, S. J. (2015). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management*, 52, 593-631. doi: <http://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007>.
- Gibson, H. (2005A). Sport Tourism: Concepts and Theories. An Introduction. *Sport in Society*, 8(2), 133-141. doi:10.1080/17430430500101996.
- Gibson, H. (2005B). Towards an Understanding of 'Why Sport Tourists Do What They Do'. *Sport in Society*, 8(2), 198-217. doi:10.1080/17430430500087369.
- Gibson, H., Kaplanidou, K., y Kang, S. J. (2012). Small-scale event sport tourism: A case study in sustainable tourism. *Sport Management Review*, 15(2), 160-170. doi: <https://doi.org/10.1016/j.smr.2011.08.013>.
- International Olympic Committee. (2014). Olympic Agenda 2010, Context and background. Lausanne: IOC.
- Jiménez Naranjo, H. (2015). Análisis del impacto socioeconómico de los eventos deportivos. Tesis doctoral.
- Kennelly, M., y Toohey, K. (2014). Strategic alliances in sport tourism: National sport organisations and sport tour operators. *Sport Management Review*, 17(4), 407-418. doi: <http://doi.org/10.1016/j.smr.2014.01.001>.
- Latiesa, M., & Paniza, J. L. (2006). Turistas deportivos - una perspectiva de análisis. *Revista Internacional de Sociología (RIS)*, LXIV, 133-149.
- Mayring, P. (2000). Qualitative content analysis. *Forum Qualitative Social Research*, 1(2). Retrieved from <http://qualitative-research.net/fqs/fqs-e/2-00inhalt-e.htm>. 2000.
- Mhanna, R. (2018). Sport tourism: new challenges in a globalised world. *Journal of Sport & Tourism*. 22. 1-3. 10.1080/14775085.2018.1532948.
- Moreno, J (2016). La motivación del turismo deportivo en espacios naturales. Tesis doctoral.
- Newland, B. L., & Aicher, T. J. (2018). Exploring sport participants' event and destination choices. *Journal of Sport & Tourism*, 22(2), 131-149. doi: 10.1080/14775085.2018.1436464.

- Organización Mundial Del Turismo y Comité Olímpico Internacional (2001), "Actividades deportivas de los alemanes, holandeses franceses en el extranjero", en I Conferencia Mundial sobre Deporte y Turismo.
- O'Brien, D., & Chalip, L. (2008). Sport events and strategic leveraging: pushing towards the triple bottom line. In A. Woodside & D. Martin (Eds.), *Tourism management: analysis, behavior and strategy* (pp. 318-338). Oxfordshire, UK: CAB International.
- Pickering, C., y Byrne, J. (2014). The benefits of publishing systematic quantitative literature reviews for PhD candidates and other early career researchers. *Higher Education Research & Development*, 33(3), 534-548.
- Preuss, H. (2007). The conceptualisation and measurement of mega sport event legacies. *Journal of Sport Tourism*, 12 (3-4), 207-228.
- Preuss, H. (2015). A framework for identifying the legacies of a mega sport event. *Leisure Studies*, 34(6), 643-664.
- Ritchie, B. (2005). Chapter 13 - Sport tourism: Small-scale sport event tourism: the changing dynamics of the New Zealand Masters Games A2 - Novelli, Marina Niche Tourism (pp. 157-170). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Ritchie, B. (1991). Assessing the impact of hallmark events: conceptual y research issues. *Journal of Travel Research*, vol 23 (1), pp. 2-11.
- Sáenz, A. (2001). Leer e interpretar una revisión sistemática. *Boletín de la Sociedad de Pediatría de Asturias, Cantabria, Castilla y León*, 41(177), 215-221.
- Sáez, J. (2017). Percepción de la Responsabilidad Social Corporativa de los Stakeholders en Eventos Deportivos: La Ruta de las Fortalezas. Tesis Doctoral.
- Schulenkorf, N. y Edwards, D.C. (2012), "Maximizing positive social impacts: strategies for sustaining and leveraging the benefits of inter-community sport events in divided societies", *Journal of Sport Management*, Vol. 26 No. 5, pp. 379-90.
- Solberg, H. A., Preuss, H. (2007). Major sport events and long-term tourism impacts. *Journal of Sport Management*, 21(2), 213.
- Straus, A. y Corbin, J. (2002). Bases de la investigación cualitativa. Medellín. Universidad de Antioquia. p.124.
- Thomson, A., Cuskelly, G., Toohey, K., Kennelly, M., Burton, P., y Fredline, L. (2018). Sport event legacy: A systematic quantitative review of literature. *Sport Management Review*. doi: <https://doi.org/10.1016/j.smr.2018.06.011>.
- Van Rheenen, D., Cernaianu, S., y Sobry, C. (2016). Defining sport tourism: a content analysis of an evolving epistemology. *Journal of Sport & Tourism*, 1-19. doi:10.1080/14775085.2016.1229212.
- Weed, M. (2014). After 20 years, what are the Big Questions for sports tourism research? *Journal of Sport & Tourism*, 19(1), 1-4. doi:10.1080/14775085.2015.1032505

APÉNDICE

- ALEXANDER, A., KIM, S.-B., & KIM, D.-Y. (2015). Segmenting volunteers by motivation in the 2012. London Olympic Games. *Tourism Management*, 47, 1-10. doi: 10.1016/j.tourman.2014.09.002
- BALDUCK, A. L., MAES, M., & BUELENS, M. (2011). The social impact of the tour de france: Comparisons of residents' pre-and post-event perceptions. [Article]. *European Sport Management Quarterly*, 11(2), 91-113. doi: 10.1080/16184742.2011.559134
- BODET, G., & LACASSAGNE, M. F. (2012). International place branding through sporting events: A British perspective of the 2008 Beijing Olympics. [Article]. *European Sport Management Quarterly*, 12(4), 357-374. doi: 10.1080/16184742.2012.693114
- BRIEDENHANN, J. (2011). Economic and tourism expectations of the 2010 FIFA World Cup - A resident perspective. [Article]. *Journal of Sport and Tourism*, 16(1), 5-32. doi: 10.1080/14775085.2011.568085
- BROWN, G., SMITH, A., & ASSAKER, G. (2016). Revisiting the host city: An empirical examination of sport involvement, place attachment, event satisfaction and spectator intentions at the London Olympics. *Tourism Management*, 55, 160-172. doi: 10.1016/j.tourman.2016.02.010
- BROWN, G., ESSEX, S., ASSAKER, G., & SMITH, A. (2017). Event satisfaction and behavioural intentions: examining the impact of the London 2012 Olympic Games on participation in sport. [Article]. *European Sport Management Quarterly*, 17(3), 331-348. doi: 10.1080/16184742.2017.1294193
- BUNING, R. J., & GIBSON, H. (2015). The Evolution of Active-Sport-Event Travel Careers. *Journal of Sport Management*, 29(5), 555-569. doi: 10.1123/jsm.2014-0215
- BUNING, R. J., & GIBSON, H. J. (2016). The role of travel conditions in cycling tourism: implications for destination and event management. [Article]. *Journal of Sport and Tourism*, 20(3-4), 175-193. doi: 10.1080/14775085.2016.1155474
- CAIAZZA, R., & AUDRETSCH, D. (2015). Can a sport mega-event support hosting city's economic, socio-cultural and political development? *Tourism Management Perspectives*, 14, 1-2. doi: 10.1016/j.tmp.2015.01.001
- CHEN, N., & FUNK, D. C. (2010). Exploring destination image, experience and revisit intention: A comparison of sport and non-sport tourist perceptions. [Article]. *Journal of Sport and Tourism*, 15(3), 239-259. doi: 10.1080/14775085.2010.513148
- CHIU, W., BAE, J. S., & WON, D. (2017). The experience of watching baseball games in Korea: an analysis of user-generated content on social media using Leximancer. [Article]. *Journal of Sport and Tourism*, 21(1), 33-47. doi: 10.1080/14775085.2016.1255562
- CLARK, R., & MISENER, L. (2015). Understanding Urban Development Through a Sport Events Portfolio: A Case Study of London, Ontario. *Journal of Sport Management*, 29(1), 11-26. doi: 10.1123/jsm.2013-0259
- COGHLAN, A., & FILO, K. (2013). Using constant comparison method and qualitative data to understand participants' experiences at the nexus of tourism, sport and charity events. *Tourism Management*, 35, 122-131. doi: 10.1016/j.tourman.2012.06.007
- CUBIZOLLES, S. (2011). Marketing identity and place: The case of the Stellenbosch Kayamandi economic corridor before the 2010 World Cup in South Africa. [Article]. *Journal of Sport and Tourism*, 16(1), 33-53. doi: 10.1080/14775085.2011.568087

- DEL CHIAPPA, G., PRESENZA, A., & YÜCELEN, M. (2016). Profiling residents based on their perceptions and attitude toward sport event: Insights from the FIA world rally championship. [Article]. *Tourismos*, 11(5), 26-51.
- DEROM, I., & VANWYNSBERGHE, R. (2015). Extending the benefits of leveraging cycling events: evidence from the Tour of Flanders. *European Sport Management Quarterly*, 15(1), 111-131. doi: 10.1080/16184742.2014.997772
- DEROM, I., & RAMSHAW, G. (2016). Leveraging sport heritage to promote tourism destinations: the case of the Tour of Flanders Cyclo event. [Article]. *Journal of Sport and Tourism*, 20(3-4), 263-283. doi: 10.1080/14775085.2016.1212393
- DIXON, A. W., BACKMAN, S., BACKMAN, K., & NORMAN, W. (2012). Expenditure-based segmentation of sport tourists. [Article]. *Journal of Sport and Tourism*, 17(1), 5-21. doi: 10.1080/14775085.2011.635017
- DJABALLAH, M., HAUTOBOIS, C., & DESBORDES, M. (2015). Non-mega sporting events' social impacts: A sensemaking approach of local governments' perceptions and strategies. [Article]. *European Sport Management Quarterly*, 15(1), 48-76. doi: 10.1080/16184742.2014.1000353
- DU, J., JORDAN, J. S., & FUNK, D. C. (2015). Managing Mass Sport Participation: Adding a Personal Performance Perspective to Remodel Antecedents and Consequences of Participant Sport Event Satisfaction. *Journal of Sport Management*, 29(6), 688-704. doi: 10.1123/jsm.2014-0225
- FOURIE, J., & SANTANA-GALLEGO, M. (2011). The impact of mega-sport events on tourist arrivals. *Tourism Management*, 32(6), 1364-1370. doi: 10.1016/j.tourman.2011.01.011
- FOURIE, J., & SPRONK, K. (2011). South African mega-sport events and their impact on tourism. [Article]. *Journal of Sport and Tourism*, 16(1), 75-97. doi: 10.1080/14775085.2011.576119
- GEORGE, R., & SWART, K. (2012). International tourists' perceptions of crime-risk and their future travel intentions during the 2010 FIFA World Cup™ in South Africa. [Article]. *Journal of Sport and Tourism*, 17(3), 201-223. doi: 10.1080/14775085.2012.734060
- GEORGE, R., SWART, K., & JENKINS, D. W. (2013). Harnessing the power of football: Safety-risk perceptions of sport tourists at the 2013 FIFA confederations cup™ in Brazil. [Article]. *Journal of Sport and Tourism*, 18(4), 241-263. doi: 10.1080/14775085.2014.944203
- GETZ, D., & MCCONNELL, A. (2011). Serious Sport Tourism and Event Travel Careers. *Journal of Sport Management*, 25(4), 326-338.
- GREEN, B. C., LIM, S. Y., SEO, W. J., & SUNG, Y. (2010). Effects of cultural exposure through pre-event media. [Article]. *Journal of Sport and Tourism*, 15(1), 89-102. doi: 10.1080/14775081003771015
- GIBSON, H. J., KAPLANIDOU, K., & KANG, S. J. (2012). Small-scale event sport tourism: A case study in sustainable tourism. *Sport Management Review*, 15(2), 160-170. doi: 10.1016/j.smr.2011.08.013
- GIBSON, H. J., WALKER, M., THAPA, B., KAPLANIDOU, K., GELDENHUYS, S., & COETZEE, W. (2014). Psychic income and social capital among host nation residents: A pre-post analysis of the 2010 FIFA World Cup in South Africa. [Article]. *Tourism Management*, 44, 113-122. doi: 10.1016/j.tourman.2013.12.013

- GRIX, J. (2012). 'Image' leveraging and sports mega-events: Germany and the 2006 FIFA World Cup. [Article]. *Journal of Sport and Tourism*, 17(4), 289-312. doi: 10.1080/14775085.2012.760934
- HALLMANN, K., & BREUER, C. (2010). Image fit between sport events and their hosting destinations from an active sport tourist perspective and its impact on future behaviour. [Article]. *Journal of Sport and Tourism*, 15(3), 215-237. doi: 10.1080/14775085.2010.513147
- HALPENNY, E. A., KULCZYCKI, C., & MOGHIMEHFAR, F. (2016). Factors effecting destination and event loyalty: examining the sustainability of a recurrent small-scale running event at Banff National Park. [Article]. *Journal of Sport and Tourism*, 20(3-4), 233-262. doi: 10.1080/14775085.2016.1218787
- HEERE, B., WALKER, M., GIBSON, H., THAPA, B., GELDENHUYS, S., & COETZEE, W. (2013). The power of sport to unite a nation: The social value of the 2010 FIFA World Cup in South Africa. [Article]. *European Sport Management Quarterly*, 13(4), 450-471. doi: 10.1080/16184742.2013.809136
- HEERE, B., WALKER, M., GIBSON, H., THAPA, B., GELDENHUYS, S., & COETZEE, W. (2016). Ethnic identity over national identity: an alternative approach to measure the effect of the World Cup on social cohesion. [Article]. *Journal of Sport and Tourism*, 20(1), 41-56. doi: 10.1080/14775085.2016.1175369
- HENDERSON, J. C. (2014). Hosting the 2022 FIFA World Cup: opportunities and challenges for Qatar. [Article]. *Journal of Sport and Tourism*, 19(3-4), 281-298. doi: 10.1080/14775085.2015.1133316
- HINCH, T. D., HIGHAM, J. E. S., & MOYLE, B. D. (2016). Sport tourism and sustainable destinations: foundations and pathways. *Journal of Sport & Tourism*, 20(3-4), 163-173. doi:10.1080/14775085.2016.1254139
- HODGETTS, D., & DUNCAN, M. J. (2015). Quantitative analysis of sport development event legacy: an examination of the Australian Surf Life Saving Championships. [Article]. *European Sport Management Quarterly*, 15(3), 364-380. doi: 10.1080/16184742.2015.1021824
- HUANG, H., MIN, S. D., WANG, T. R., & MAO, L. L. (2016). Social exchange process in collectivistic countries: an examination of sporting events in China. *European Sport Management Quarterly*, 16(2), 172-189. doi: 10.1080/16184742.2015.1135974
- HUMPHREYS, C. (2017). Travelling with golf clubs: The influence of baggage on the trip decision-making process. [Article]. *Journal of Sport and Tourism*, 21(1), 49-63. doi: 10.1080/14775085.2016.1249017
- HUNGENBERG, E., GRAY, D., GOULD, J., & STOTLAR, D. (2016). An examination of motives underlying active sport tourist behavior: a market segmentation approach. [Article]. *Journal of Sport and Tourism*, 20(2), 81-101. doi: 10.1080/14775085.2016.1189845
- INOUE, Y., & HAVARD, C. T. (2014). Determinants and Consequences of the Perceived Social Impact of a Sport Event. *Journal of Sport Management*, 28(3), 295-310. doi: 10.1123/jsm.2013-0136
- JARVIS, N., & BLANK, C. (2011). The Importance of Tourism Motivations Among Sport Event Volunteers at the 2007 World Artistic Gymnastics Championships, Stuttgart, Germany. *Journal of Sport & Tourism*, 16(2), 129-147. doi: 10.1080/14775085.2011.568089

- JIN, L., ZHANG, J. J., MA, X., & CONNAUGHTON, D. P. (2011). Residents' Perceptions of Environmental Impacts of the 2008 Beijing Green Olympic Games. *European Sport Management Quarterly*, 11(3), 275-300. doi: 10.1080/16184742.2011.577791
- KIM, W., JUN, H. M., WALKER, M., & DRANE, D. (2015). Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation. *Tourism Management*, 48, 21-32. doi: 10.1016/j.tourman.2014.10.015
- KAPLANIDOU, K., & GIBSON, H. J. (2010). Predicting behavioral intentions of active event sport tourists: The case of a small-scale recurring sports event. [Article]. *Journal of Sport and Tourism*, 15(2), 163-179. doi: 10.1080/14775085.2010.498261
- KAPLANIDOU, K., & GIBSON, H. J. (2012). Event image and traveling parents' intentions to attend youth sport events: A test of the reasoned action model. [Article]. *European Sport Management Quarterly*, 12(1), 3-18. doi: 10.1080/16184742.2011.637173
- KAPLANIDOU, K., JORDAN, J. S., FUNK, D., & RIDINGER, L. L. (2012). Recurring Sport Events and Destination Image Perceptions: Impact on Active Sport Tourist Behavioral Intentions and Place Attachment. *Journal of Sport Management*, 26(3), 237-248.
- KAPLANIDOU, K., KERWIN, S., & KARADAKIS, K. (2013). Understanding sport event success: exploring perceptions of sport event consumers and event providers. [Article]. *Journal of Sport and Tourism*, 18(3), 137-159. doi: 10.1080/14775085.2013.861358
- KARADAKIS, K., & KAPLANIDOU, K. (2012). Legacy perceptions among host and non-host Olympic Games residents: a longitudinal study of the 2010 Vancouver Olympic Games. *European Sport Management Quarterly*, 12(3), 243-264. doi: 10.1080/16184742.2012.680067
- KENNELLY, M., & TOOHEY, K. (2016). National Sport Governing Bodies and Sport Tourism: Agency and Resources. *Journal of Sport Management*, 30(5), 506-520. doi: 10.1123/jsm.2015-0305
- LAMONT, M., KENNELLY, M., & WILSON, E. (2012). Competing priorities as constraints in event travel careers. *Tourism Management*, 33(5), 1068-1079. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.12.005>
- LAMONT, M., & MCKAY, J. (2012). Intimations of postmodernity in sports tourism at the Tour de France. [Article]. *Journal of Sport and Tourism*, 17(4), 313-331. doi: 10.1080/14775085.2012.760935
- LAMONT, M. (2014). Authentication in sports tourism. [Article]. *Annals of Tourism Research*, 45, 1-17. doi: 10.1016/j.annals.2013.11.003
- LERA-LÓPEZ, F., OLLO-LÓPEZ, A., & RAPÚN-GÁRATE, M. (2012). Sports spectatorship in Spain: Attendance and consumption. [Article]. *European Sport Management Quarterly*, 12(3), 265-289. doi: 10.1080/16184742.2012.680897
- LIU, D., BROOM, D., & WILSON, R. (2014). Legacy of the Beijing Olympic Games: a non-host city perspective. *European Sport Management Quarterly*, 14(5), 485-502. doi: 10.1080/16184742.2014.947301
- LORDE, T., GREENIDGE, D., & DEYONISH, D. (2011). Local residents' perceptions of the impacts of the ICC Cricket World Cup 2007 on Barbados: Comparisons of pre- and post-games. *Tourism Management*, 32(2), 349-356. doi: 10.1016/j.tourman.2010.03.004
- KERWIN, S., WARNER, S., WALKER, M., & STEVENS, J. (2015). Exploring sense of community among small-scale sport event volunteers. *European Sport Management Quarterly*, 15(1), 77-92. doi: 10.1080/16184742.2014.996581

- KULCZYCKI, C., & HALPENNY, E. A. (2014). Sport cycling tourists' setting preferences, appraisals and attachments. [Article]. *Journal of Sport and Tourism*, 19(2), 169-197. doi: 10.1080/14775085.2015.1070741
- MA, S. C., MA, S. M., WU, J. H., & ROTHERHAM, I. D. (2013). Host residents' perception changes on major sport events. *European Sport Management Quarterly*, 13(5), 511-536. doi: 10.1080/16184742.2013.838980
- MACKELLAR, J. (2015). Determinants of business engagement with regional sports events. *European Sport Management Quarterly*, 15(1), 7-26. doi: 10.1080/16184742.2015.1007882
- MATHESON, C. M., & FINKEL, R. (2013). Sex trafficking and the Vancouver Winter Olympic Games: Perceptions and preventative measures. *Tourism Management*, 36, 613-628. doi: 10.1016/j.tourman.2012.08.004
- MENZIES, J. L., & NGUYEN, S. N. (2012). An exploration of the motivation to attend for spectators of the Lexmark Indy 300 Champ Car event, Gold Coast. [Article]. *Journal of Sport and Tourism*, 17(3), 183-200. doi: 10.1080/14775085.2012.734059
- MILLS, B. M., & ROSENTRUB, M. S. (2013). Hosting mega-events: A guide to the evaluation of development effects in integrated metropolitan regions. *Tourism Management*, 34, 238-246. doi: 10.1016/j.tourman.2012.03.011
- MISENER, L. (2015). Leveraging parasport events for community participation: development of a theoretical framework. *European Sport Management Quarterly*, 15(1), 132-153. doi: 10.1080/16184742.2014.997773
- MUELLER, M. (2017). Approaching paradox: Loving and hating mega-events. *Tourism Management*, 63, 234-241. doi: 10.1016/j.tourman.2017.06.003
- NISHIO, T., LARKE, R., VAN HEERDE, H., & MELNYK, V. (2016). Analysing the motivations of Japanese international sports-fan tourists. *European Sport Management Quarterly*, 16(4), 487-501. doi: 10.1080/16184742.2016.1188838
- PENG, N., CHEN, A., & KWON, K. J. (2016). Chinese football fans' intentions to visit Europe. [Article]. *Annals of Tourism Research*, 61, 234-238. doi: 10.1016/j.annals.2016.08.006
- PEREIRA, E. C. S., MASCARENHAS, M. V. M., FLORES, A. J. G., & PIRES, G. M. V. S. (2015). Nautical small-scale sports events portfolio: a strategic leveraging approach. *European Sport Management Quarterly*, 15(1), 27-47. doi: 10.1080/16184742.2015.1007883
- PINSON, J. (2017). Heritage sporting events: theoretical development and configurations. [Article]. *Journal of Sport and Tourism*, 21(2), 133-152. doi: 10.1080/14775085.2016.1263578
- PRAYAG, G., HOSANY, S., NUNKOO, R., & ALDERS, T. (2013). London residents' support for the 2012 Olympic Games: The mediating effect of overall attitude. [Article]. *Tourism Management*, 36, 629-640. doi: 10.1016/j.tourman.2012.08.003
- PREUSS, H., & ALFS, C. (2011). Signaling through the 2008 Beijing Olympics Using Mega Sport Events to Change the Perception and Image of the Host. *European Sport Management Quarterly*, 11(1), 55-71. doi: 10.1080/16184742.2010.537362
- RAMCHANDANI, G., DAVIES, L. E., COLEMAN, R., SHIBLI, S., & BINGHAM, J. (2015). Limited or lasting legacy? The effect of non-mega sport event attendance on participation. *European Sport Management Quarterly*, 15(1), 93-110. doi: 10.1080/16184742.2014.996583
- ROBERTS, A., ROCHE, N., JONES, C., & MUNDAY, M. (2016). What is the value of a Premier League football club to a regional economy? *European Sport Management Quarterly*, 16(5), 575-591. doi: 10.1080/16184742.2016.1188840

- ROCHA, C. M., & FLEURY, F. A. (2017). Attendance of Brazilian soccer games: the role of constraints and team identification. [Article]. *European Sport Management Quarterly*, 17(4), 485-505. doi: 10.1080/16184742.2017.1306871
- SALLENT, O., PALAU, R., & GUIA, J. (2011). Exploring the Legacy of Sport Events on Sport Tourism Networks. *European Sport Management Quarterly*, 11(4), 397-421. doi: 10.1080/16184742.2011.599208
- SANT, S. L., MASON, D. S., & HINCH, T. D. (2013). Conceptualising Olympic tourism legacy: Destination marketing organisations and vancouver 2010. [Article]. *Journal of Sport and Tourism*, 18(4), 287-312. doi: 10.1080/14775085.2014.947312
- SCHENK, J., PARENT, M. M., MACDONALD, D., & PROULX THERRIEN, L. (2015). The evolution of knowledge management and transfer processes from domestic to international multi-sport events. [Article]. *European Sport Management Quarterly*, 15(5), 535-554. doi: 10.1080/16184742.2015.1091022
- SCHNITZER, M., SCHLEMMER, P., & KRISTIANSEN, E. (2017). Youth multi-sport events in Austria: tourism strategy or just a coincidence? [Article]. *Journal of Sport and Tourism*, 21(3), 179-199. doi: 10.1080/14775085.2017.1300102
- SCHROEDER, A., PENNINGTON-GRAY, L., KAPLANIDOU, K., & ZHAN, F. (2013). Destination risk perceptions among U.S. residents for London as the host city of the 2012 Summer Olympic Games. *Tourism Management*, 38, 107-119. doi: 10.1016/j.tourman.2013.03.001
- SNELGROVE, R., & WOOD, L. (2010). Attracting and leveraging visitors at a charity cycling event. [Article]. *Journal of Sport and Tourism*, 15(4), 269-285. doi: 10.1080/14775085.2010.533918
- TAJALLI, H., & PEÑA, A. I. (2017). Sports tourism does not have to be accompanied by crime: a case for the NFL Super Bowl. [Article]. *Journal of Sport and Tourism*, 21(1), 15-32. doi: 10.1080/14775085.2016.1273127
- TAKS, M., GREEN, B. C., MISENER, L., & CHALIP, L. (2014). Evaluating sport development outcomes: The case of a medium-sized international sport event. [Article]. *European Sport Management Quarterly*, 14(3), 213-237. doi: 10.1080/16184742.2014.882370
- TAKS, M., CHALIP, L., & GREEN, B. C. (2015). Impacts and strategic outcomes from non-mega sport events for local communities. *European Sport Management Quarterly*, 15(1), 1-6. doi: 10.1080/16184742.2014.995116
- VAN RHEENEN, D. (2014). A skunk at the garden party: the Sochi Olympics, state-sponsored homophobia and prospects for human rights through mega sporting events. *Journal of Sport & Tourism*, 19(2), 127-144. doi: 10.1080/14775085.2014.949287
- WALKER, G. J., HINCH, T., & HIGHAM, J. (2010). Athletes as tourists: The roles of mode of experience and achievement orientation. [Article]. *Journal of Sport and Tourism*, 15(4), 287-305. doi: 10.1080/14775085.2010.533919
- WALKER, M., KAPLANIDOU, K., GIBSON, H., THAPA, B., GELDENHUYS, S., & COETZEE, W. (2013). "Win in Africa, With Africa": Social responsibility, event image, and destination benefits. The case of the 2010 FIFA World Cup in South Africa. *Tourism Management*, 34, 80-90. doi: 10.1016/j.tourman.2012.03.015
- WALLER, S., TRENDAFILOVA, S., & DANIELL, R. (2014). Did the 2012 World Series positively impact the image of Detroit? Sport as a transformative agent in changing images

- of tourism destinations. [Article]. *Journal of Sport and Tourism*, 19(1), 79-100. doi: 10.1080/14775085.2015.1017518
- WÄSCHE, H., & WOLL, A. (2010). Regional sports tourism networks: A conceptual framework. [Article]. *Journal of Sport and Tourism*, 15(3), 191-214. doi: 10.1080/14775085.2010.513146
- WÄSCHE, H., & WOLL, A. (2013). Managing regional sports tourism networks: a network perspective. *European Sport Management Quarterly*, 13(4), 404-427. doi: 10.1080/16184742.2013.811608
- WERNER, K., DICKSON, G., & HYDE, K. F. (2015). Learning and knowledge transfer processes in a mega-events context: The case of the 2011 Rugby World Cup. *Tourism Management*, 48, 174-187. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.11.003>
- WEED, M., COREN, E., FIORE, J., WELLARD, I., CHATZIEFSTATHIOU, D., MANSFIELD, L., & DOWSE, S. (2015). The Olympic Games and raising sport participation: A systematic review of evidence and an interrogation of policy for a demonstration effect. [Article]. *European Sport Management Quarterly*, 15(2), 195-226. doi: 10.1080/16184742.2014.998695
- WERNER, K., DICKSON, G., & HYDE, K. F. (2015). Learning and knowledge transfer processes in a mega-events context: The case of the 2011 Rugby World Cup. [Article]. *Tourism Management*, 48, 174-187. doi: 10.1016/j.tourman.2014.11.003
- WICKER, P., HALLMANN, K., & ZHANG, J. J. (2012). What is influencing consumer expenditure and intention to revisit? An investigation of marathon events. [Article]. *Journal of Sport and Tourism*, 17(3), 165-182. doi: 10.1080/14775085.2012.734058
- XING, X., & CHALIP, L. (2012). Challenges, obligations, and pending career interruptions: Securing meanings at the exit stage of sport mega-event work. [Article]. *European Sport Management Quarterly*, 12(4), 375-396. doi: 10.1080/16184742.2012.698631
- ZIAKAS, V., & COSTA, C. A. (2011). The Use of an Event Portfolio in Regional Community and Tourism Development: Creating Synergy between Sport and Cultural Events. *Journal of Sport & Tourism*, 16(2), 149-175. doi: 10.1080/14775085.2011.568091